SOCIOS CLAVES

*proveedores claves como harineras y molinos

*socios claves, cadenas de comidas, hoteles, panaderías minoristas (grandes clientes)

ACTIVIDADES CLAVES

*certificación sin tacc
*permisos sanitarios
*Linea de producción
preparada para un
volumen importante
*página web y publicidad
*mantener relaciones
fluidas con proveedores
clave para la actividad

RECURSOS CLAVES

*personal con
capacitación adecuada y
permanente
*instalaciones y
maquinaria adecuada
para cubrir grandes
volúmenes de producción
y venta

PROPUESTA DE VALOR

Los clientes reconocen la calidad y variedad de nuestros productos Diversificación de productos de panadería a base de harinas alternativas para linea sin TACC por ej, los productos están destinados a personas que necesitan cubrir raciones

alimenticias

RELACIÓN CON LOS

Mantener una relación directa y fluida con los clientes para fidelizar los mismos Generar facilidad de comunicación por diversos medios con los clientes (wsp, redes sociales, etc) *Mantener promociones y precios competitivos para beneficio de ambas partes

*Punto de venta físico *Página web con catálogo de productos que ofrecemos, y función de tienda virtual para publico gral *canal de distribución para grandes clientes

SEGMENTO DE CLIENTES

1

Todos los segmentos de público gral, principalmente venta a grandes clientes y revendedores

ESTRUCTURA DE COSTES

9

*Costos fijos (recursos humanos, alquileres, seguros)

*Costos variables (logística distribución, materia prima, servicios, adquisición o reposición de maquinaria, publicidad, costos operativos varios indirectos)

5

FLUJO DE INGRESOS

 Identificar el producto o servicio más consumido, para aumentar la rentabilidad * Incrementar los grandes clientes * la venta de productos diversos de panificación en punto de venta * lineas de productos sin tacc